3. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS

Históricamente las previsiones de demanda han sido responsabilidad única de los departamentos comerciales de las empresas y se basaban en métodos más o menos subjetivos en las que participaban numerosos responsables, suponían gran cantidad de tiempo y el consenso implicaba, en numerosas ocasiones, la adopción de previsiones sin una base sólida.

En la actualidad, existen cada vez más compañías que han optado por la integración en un mismo puesto de trabajo de perfil logístico de la planificación de la demanda, mediante la revisión y aprobación de forecasts, y de la planificación del suministro, mediante la elaboración de los planes de reaprovisionamiento.

De esta manera, los forecasts son generalmente realizados por el Departamento Comercial o de Marketing y revisados por un Departamento de Operaciones o de Planificación y están basados en métodos de cálculo más o menos automatizados e integrados con las distintas funciones de la organización y con clientes y proveedores, con la inclusión de distintas variables que, de una manera racional, se han detectado como influyentes en la demanda de un producto.

En todo caso, el responsable de la elaboración de forecasts debe poseer un alto grado de conocimiento de las políticas y procesos internos de la compañía, tanto de aquellos relacionados con el forecasting como de todos los procesos relativos a la cadena de suministro. Debe tener una visión general del área de ventas, compras y procesos logísticos. Asimismo, debe conocer los productos y mercados en los que opera la compañía, siendo especialista en los productos y mercados para los que desarrolle el forecasting.

A continuación, se adjunta un cuadro de las principales habilidades que debe poseer el responsable de la elaboración y análisis de forecasts:

PERFIL Y HABILIDADES
– Conocimiento de los procesos de negocio de la compañía. – Conocimiento del sector y su problemática. – Conocimiento de los productos y / o servicios de la compañía. – Conocimiento del mercado (características, tendencias, competidores, etc) – Conocimiento de las políticas internas de la compañía (comercial, marketing, calidad, etc) – Conocimiento de la aplicación informática o herramientas que soporten la automatización de forecasts. – Dominio del proceso y la política de elaboración de forecasts. – Dominio de los procesos relacionados con la cadena de suministro: – Gestión de aprovisionamiento.   – Gestión de stocks.   – Gestión de almacenes.   – Producción y fabricación, etc. – Especialización por productos o referencias y por mercados. – Capacidad de análisis y decisión, en base a los datos que refleja el forecast y a la experiencia adquirida.

Fuente: Elaborado por PricewaterhouseCoopers.